

В.М. Голуб
БАТ КБ «Хрещатик»

МІСЦЕ ДЕПОЗИТІВ НАСЕЛЕННЯ В РЕСУРСНІЙ БАЗІ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Для банківської системи України проблема залучення ресурсів стоїть дуже гостро. З переходом до ринкової економіки та виникненням комерційних банків почався процес перерозподілу ресурсів і клієнтів колишніх спеціалізованих банків. Для комерційних банків становлення починається зі створення своєї ресурсної бази. Для пошуку ресурсів розроблюються та впроваджуються різноманітні маркетингові програми залучення грошових коштів, при цьому часто використовується зарубіжний досвід, оскільки вітчизняні розробки в даній сфері практично відсутні. Проблема ускладнюється тяжкою економічною ситуацією в країні, слабким розвитком економіки і ринків грошових ресурсів.

На даний час управління пасивами в багатьох банках не розвинуто. Більше того, невеликі банки, яких на Україні більшість, взагалі не використовують управління пасивами, хоча впровадити цю систему в таких банках значно легше. Цей факт пояснюється тим, що потреба в цьому з'явилась лише останнім часом. До цього банки заробляли інфляційні прибутки, розмір яких їх повністю задовольняв. Іншою причиною слабого розвитку процесу управління пасивами є нерозвинутість фінансових ринків, що обмежує шляхи залучення додаткових ресурсів, використання інвестицій, можливість використання різноманітних фінансових інструментів для управління ризиками.

Унаслідок специфіки банківської діяльності операції з формування банківських ресурсів, пасивні операції відіграють важливу роль, оскільки без мобілізації ресурсів і їх ефективного використання неможливе одержання прибутку банками.

Під управлінням банківськими пасивами слід розуміти діяльність, пов'язану з залученням коштів вкладників та інших кредиторів, визначенням відповідної структури джерел ресурсів для банку, а також дій у сфері пасивних операцій, що спрямовані на задоволення потреб банку.

У 60—70-х рр. XX ст. спостерігалися значні зміни в способах управління структурою пасивів. Стикнувшись зі швидким

зростанням величини процентних ставок та з інтенсивною конкуренцією за фонди, банкіри стали приділяти підвищену увагу пошуку нових джерел ресурсів, а також моніторингу структури і вартості депозитів та недепозитних зобов'язань. Вони почали реструктуризацію джерел ресурсів згідно з визначеними, чітко заданими цілями:

1. Використовувати ті джерела, які мінімізують витрати залучення ресурсів, що залишає в розпорядженні банку більше нових ресурсів для збільшення його прибутку і капіталу.

2. Вибирати таке оптимальне співвідношення між розмірами депозитів, залучених ресурсів грошового ринку і капіталу, що забезпечує бажаний рівень стабільності фондів та дає змогу банку тримати високодохідні активи, які звичайно потребують інвестицій на триваліші терміни з вищим рівнем ризику.

У результаті нововведень була розроблена стратегія управління пасивами. Її мета — встановлення контролю за джерелами ресурсів банку, аналогічного контролю за активами. Головним важелем управління були ціни, у тому числі розмір процентної ставки, та інші умови, які банк пропонував депозиторам і кредиторам, щоб забезпечити бажані обсяги, структуру та видатки ресурсів. Реагуючи на підвищений попит на кредит, банк міг просто збільшити запропоновану ставку за депозитами і залученими коштами грошового ринку порівняно з конкурентами та отримати додаткові ресурси. Банк, перенасичений ресурсами, але володіючий небагатьма прибутковими напрямками їх використання, міг зберегти свою депозитну ставку незмінною або навіть знизити її, даючи цим перевагу конкурентам у залученні коштів на грошовому ринку.

До пасивних операцій належать насамперед депозитні операції. Депозитними називають операції банків із залучення грошових ресурсів юридичних та фізичних осіб у вклади на певні строки чи до запитання. На частку депозитних операцій припадає зазвичай до 95% пасивів.

Суб'єктами пасивних операцій можуть виступати:

- державні підприємства й організації;
- державні установи;
- кооперативи;
- акціонерні товариства;
- змішані підприємства з участю іноземного капіталу;
- громадські організації й фонди;
- окремі фізичні особи та об'єднання фізичних осіб;
- банки та інші кредитні установи.

Об'єктами депозитних операцій є депозити — суми грошових ресурсів, які суб'єкти депозитних операцій вносять у банк і які на певний час зосереджуються на рахунках банку за відповідну плату.

За економічним змістом депозити підрозділяють на три групи:

- строкові депозити (з їх різновидом — депозитними сертифікатами);
- депозити до запитання;
- ощадні вклади населення.

Строкові депозитні рахунки мають чітко встановлений строк, за ними власникам сплачується фіксований процент і зазвичай мають обмеження щодо дострокового вилучення коштів. Для грошових ресурсів, які зберігаються на строкових депозитних рахунках, установлюється нижча норма обов'язкових резервів, ніж для депозитів до запитання.

Достоїнством строкових рахунків для банку є можливість підтримки ліквідності з меншим оперативним резервом.

Недолік строкових рахунків для банку полягає в необхідності виплат підвищених процентів закладами і зниження таким чином маржі (різниці між процентом за активними і пасивними кредитними операціями).

Депозити до запитання класифікують залежно від характеру і належності коштів, які зберігаються на рахунках: кошти на розрахункових і поточних, бюджетних рахунках підприємств та організацій різних форм власності; кошти на спеціальних рахунках для зберігання різноманітних за своїм цільовим економічним призначенням фондів.

Депозити до запитання найбільш ліквідні. Їх власники можуть у будь-який час використовувати свої гроші, які перебувають на рахунках до запитання.

Основним недоліком депозитів до запитання є:

а) для їх власників — відсутність сплати процентів за рахунком (або дуже малий процент);

б) для банку — необхідність мати більш високий оперативний резерв для підтримки ліквідності (у зв'язку з потенціальною можливістю вилучення грошей з рахунків до запитання).

Ощадні вклади залежно від особливостей їх зберігання підрозділяються на строкові, строкові з додатковими внесками, виграшні, грошово-речові виграшні, молодіжно-преміальні, умовні, на пред'явника, на поточні рахунки, ощадні сертифікати, пластикові картки.

Ощадні вклади вигідні банкам тим, що вони зазвичай мають довгостроковий характер і можуть бути джерелом довгострокових укладень. Недоліком цих вкладів є вразливість до політичних, економічних, психологічних чинників, що підвищує загрозу швидкого відпливу коштів з них і втрати ліквідності банку.

Комерційні банки в умовах конкурентної боротьби на ринку кредитних ресурсів повинні постійно піклуватися як про кількісне, так і про якісне поліпшення своїх депозитів. Вони використовують для цього різні методи (процентну ставку, різні послуги і пільги вкладникам). При цьому всі банки дотримуються кількох основних принципів організації депозитних операцій, зокрема таких:

- депозитні операції мають сприяти отриманню прибутку або створювати умови для одержання прибутку в майбутньому;
- депозитні операції мають бути різноманітними і вестися з різними суб'єктами;
- особливу увагу в процесі організації депозитних операцій слід приділяти строковим вкладам;
- має забезпечуватися взаємозв'язок і узгодженість між депозитними та кредитними операціями за строками і сумами депозитів і кредитних укладень;
- здійснюючи депозитні операції, банк повинен мінімізувати свої вільні ресурси;
- банку слід уживати заходи до розвитку банківських послуг, які сприяють залученню депозитів.

Вклади — це база, за рахунок якої банки розвиваються та досягають успіху. Вклади — це особлива стаття в балансі банку, що і відрізняє банківську діяльність від інших видів бізнесу. Здатність керівництва і співробітників банку зацікавити фірми та споживачів у відкритті ощадних рахунків є основним критерієм визнання банку. Вклади забезпечують, так би мовити, «сировину» для кредитів банку і, таким чином, являють собою безпосереднє джерело зростання прибутків банку. Важливими показниками ефективності управління будь-якого банку є управління залученими коштами з найменшими можливими видатками і достатність уже існуючих депозитів для фінансування тих кредитів, які банк бажає надати. Вартість і сума депозитів, які банк може надати клієнтам, у значній мірі залежать від схем ціноутворення і конкурентоспроможності більшості банків і небанківських інститутів, які пропонують аналогічні послуги. Хвиля нововведень у вигляді нових типів

вкладів, методів обслуговування, схем ціноутворення заповнила сферу банківської діяльності. Банки, які не встигають за змінами цін депозитів і програм маркетингу своїх конкурентів, утрачають і клієнтів, і прибуток.

Вклади як найважливіший чинник виробництва для банку є основним джерелом позикового капіталу, який використовується для фінансування кредитів банку і придбання цінних паперів, які, у свою чергу, дають змогу одержувати прибуток для забезпечення довготермінового зростання. При управлінні депозитами перед менеджерами банку постають два завдання, які стосуються рівня витрат та їх обсягу. Які види депозитів допоможуть мінімізувати видатки банку, що пов'язані із залученням коштів? Як банк може сформувати портфель депозитів, який відповідає його потребам у ресурсах?

Моделі встановлення процентних ставок за депозитами, що використовуються банками в наш час, можна віднести до п'яти основних категорій:

- встановлення процентних ставок за методом «видатки плюс прибуток»;
- метод встановлення процентів за депозитами для проникнення на ринок;
- встановлення процентів за депозитами залежно від мінімального залишку на депозитному рахунку, або «умовне» ціноутворення;
- ціноутворення, що націлене на залучення клієнтів з більш високими доходами;
- ціноутворення, що залежить від багатьох чинників, у тому числі від взаємовідносин з клієнтами.

Різноманітні види депозитів, які ми розглядали, зазвичай мають різні ставки процентів. Узагалі, чим довший строк депозиту, тим більший процентний дохід має бути забезпечено вкладникам за цим депозитом.

Ступень ризику, що бере на себе банк, який пропонує відкриття депозитних рахунків, також має важливе значення у формуванні процентних ставок на депозити. Важливими чинниками постають також цілі банку і стратегія маркетингу. Банки, які бажають припинити надання або знизити частку деяких видів депозитів, дозволяють ставкам по них знизитися відносно ставок, що пропонуються конкуруючими інститутами.

Методи ціноутворення банківських депозитів

При вирішенні питань відносно цін на послуги з утримування депозитів керівництво банків стикається зі старою дилемою: банки повинні забезпечувати достатньо високі процентні доходи клієнтам для залучення і утримання їх вкладів, але також мають уникати надто високих процентних ставок, які можуть увібрати в себе будь-які прибутки, що отримує банк від використання коштів з депозитів. Жорстка конкурентна боротьба за депозити ускладнює розв'язання цієї проблеми, оскільки конкуренція веде до зростання процентних видатків за депозитами і одночасно знижує очікувані прибутки від обороту залучених коштів.

Утворення цін на депозити за методом «Видатки плюс прибуток». Ідея оплати клієнтами всіх видатків на обслуговування депозитів сприймалася не всіма банками. Кожна послуга з ведення депозиту оцінюється достатньо високо, щоб покрити всі або більшу частку видатків, які пов'язані з наданням цієї послуги. Таким чином, ціна послуги може бути розділена на складові за методом «видатки плюс прибуток»:

Питома ціна послуг для клієнта по кожному виду депозитів = $\frac{\text{Операційні витрати на одиницю послуг по депозитах} + \text{Очікувані накладні витрати на всіх видах операцій з депозитами} + \text{Запланований прибуток з кожного виду послуг}}{\text{по депозитах.}}$

Зв'язок між ціною депозитів та видатками банку, як показує наведена вище формула, дозволяє банкам точніше співвідносити ціни та видатки і обмежувати кількість послуг, що раніше безкоштовно надавалися.

Ціноутворення за методом «видатки плюс прибуток» потребують точного розрахунку вартості кожного виду послуг по депозитах. Як це можна зробити?

Один з широко використовуваних методів полягає в калькулюванні ціни на депозити на підставі оцінок витрат банку. Банку необхідно:

- розрахувати ставку накладних витрат щодо кожного джерела засобів банку (ураховуючи резерви, що вимагає центральний банк, страхові внески по депозитах і чеках у процесі інкасації);
- перемножити кожен ставку накладних витрат на відносну величину засобів банку, які надходять з кожного джерела;
- обчислити суму всіх одержаних величин, щоб визначити середньозважену вартість засобів банку.

Цей так званий *метод загального фонду* засобів ґрунтується на припущенні, що не існує вартості окремого виду депозиту як такого, а скоріше, є середньозважена вартість усіх фінансових джерел банку.

Установлення процентів за депозитами для забезпечення проникнення на ринок. Одним з методів ціноутворення, який дає можливість не брати до уваги величину прибутку і витрат банку, принаймні в короткостроковій перспективі, є встановлення процентів за депозитами для забезпечення проникнення на ринок. Ідея полягає в тому, щоб пропонувати високі процентні ставки (як правило, вище ринкового рівня) або встановлювати низькі тарифи комісійних зборів для залучення можливо більшої кількості нових клієнтів. Керівництво в даному випадку сподівається, що більший обсяг вкладів, а отже, і кредитів банку компенсують зниження прибутку. Ціноутворення за методом проникнення на ринок є стратегією, яка існує, головним чином, у період швидкого росту ринків, більшу частину яких банк сподівається завоювати.

Розрив зв'язків між банком і клієнтом може дорого обійтись клієнтам банку, а тому вони, як правило, лояльно ставляться до банку, який вони вибрали. Отже, вклади є надпостійними чинниками виробництва для банку.

Особливістю вкладів як надпостійних чинників є майже повна відсутність реакції клієнтів на зниження плати за послуги або збільшення процентних ставок, що проводиться з метою залучення нових вкладів, оскільки клієнти, як правило, не поспішають змінювати свій банк під впливом несприятливих обставин, тому що витрати і ризик, які пов'язані зі змінами, не такі вже й незначні.

Диференціація тарифних ставок для окремих вкладників. Жорстка конкуренція зумовила широке використання тарифних ставок комісійних зборів за депозитами. Багато економістів називають такий підхід ціноутворенням залежно від умов, оскільки банки встановлюють шкалу цін на послуги, якщо залишки на їх рахунках перевищують деякий мінімальний рівень, але клієнти оплачують послуги за високою ставкою, якщо середній залишок падає нижче цього мінімального рівня. Таким чином, клієнт оплачує послуги залежно від того, як він використовує свій вклад.

Різниця в тарифах на послуги по депозитах залежить від одного чи кількох перелічених нижче чинників:

кількість операцій, що проводиться на рахунку (тобто кількість виписаних чеків, зроблених вкладів, переказів, зупинок платежів чи повідомлень про недостатність коштів); середній залишок на рахунку протягом визначеного періоду часу (зазвичай місяця); строк, на який робиться вклад (у днях, тижнях чи місяцях).

Вільні ціни на депозити залежно від умов прийшли на зміну єдиним цінам на багатьох ринках банківських послуг. Вільні ціни, які встановлюють залежно від умов, зручні для великих вкладів, оскільки послуги надаються безкоштовно, якщо залишки на рахунку перевищують деякий мінімальний рівень. Одна з переваг такого способу ціноутворення полягає в тому, що клієнт, а не банк, вибирає вид вкладу. Цей процес самостійного вибору є свого роду сигналом ринку, котрий дає банку цінну інформацію про зміст і вартість його портфеля депозитів. Вільні ціни залежно від умов також дають змогу банку розділити свій ринок депозитів на депозити з великими залишками на рахунках і невеликою кількістю операцій і депозити з невеликими залишками і великим обсягом операцій.

Ціноутворення, націлене на приваблювання клієнтів з більш високими доходами. Багато банків, особливо у великих містах, широко застосовують метод ціноутворення, націлений на залучення клієнта з більш високими доходами. Вони використовують добре підготовлену рекламну програму для практикуючих професіоналів (тобто лікарів і юристів), підприємців, менеджерів та інших громадян з високими доходами для ознайомлення з послугами і цінами на послуги, які в кінцевому результаті приносять банкам великий прибуток. На інші депозитні рахунки, у першу чергу з невеликими розмірами залишків і великою кількістю операцій, можуть установлюватись такі умови, які призведуть до зниження попиту на них, або ж від цих послуг відмовляються, установлюючи на них дуже високі ціни.

Установлення цін на депозити на основі кількості послуг, які надаються клієнтам (багатофакторний спосіб ціноутворення). Багатофакторний спосіб ціноутворення ґрунтується на закріпленні кращих клієнтів банку і визначенні цін на депозити відповідно до кількості і якості послуг, що надаються кожному клієнту. Клієнти, які купують дві та більше послуг банку, можуть заохочуватись нижчими тарифами на послуги або відстрочкою платежів порівняно з клієнтами, що мають обмежені зв'язки з банком. Ідея полягає в тому, що, купуючи більшу кількість банківських послуг, клієнт стає більше залежним від банку.

Таким чином, принаймні теоретично, установлення цін на основі зв'язків клієнта з банком забезпечує більшу лояльність клієнтів майже незалежно від рівня процентних ставок, що пропонуються по депозитах, або цін на інші банківські послуги конкуруючих фінансових фірм.

Заходи з удосконалення процесу управління ресурсним портфелем банку

При формуванні залучених і запозичених коштів банк повинен раціонально підходити до їх різноманітних джерел, оптимізувати їх, тому що вони мають різний вплив на його фінансову стійкість.

Слід зазначити, що основну частину заощаджень населення становлять нерухомі заощадження. Тобто домогосподарства вкладають гроші в іноземну валюту, ліквідні товари, нерухомість або просто зберігають їх у тезаврації. Звичайно, якби ці кошти вдалося залучити в господарський оборот, то Україна змогла б створити валютний резерв, який би дав їй змогу не залежати від іноземних донорів. Залучати кошти громадян — справа актуальна та важлива. Але для цього потрібні надійні гарантії, довіра клієнтів до банківських установ, та застосування нових привабливих видів вкладів для клієнтів.

Нині банки України пропонують досить широкий перелік пасивних операцій для різноманітних груп клієнтів.

Системні банки повільно опановують нові послуги, хоча мають достатній фінансовий потенціал. Їх клієнти — це переважно державні установи, а також підприємства агропромислового комплексу. Значною є частка цих банків в обслуговуванні соціальної сфери, у тому числі — заощаджень громадян, що відчутно впливає на кількість клієнтів—фізичних осіб новостворених комерційних банків.

Нові комерційні банки характеризуються прискореним розвитком, постійним розширенням асортименту і якості послуг, незважаючи на те що їм бракує власного капіталу. Комерційним банкам притаманна швидка адаптація до економічної ситуації, що постійно змінюється, наявність добре підготовленого персоналу.

Ці банки переважно націлені на обслуговування підприємств колективної і приватної форм власності, у тому числі підприємств малого бізнесу.

Банки з іноземним капіталом не мають проблем з нестачею капіталу, але вони важко орієнтуються в економічній ситуації в Україні. Це не дає змоги їм розширювати коло послуг до обсягів, притаманних європейському бізнесу.

Характерною особливістю сучасних українських банків є те, що вони, як правило, надають клієнтам короткострокові ризиковані послуги. Для розвитку довгострокового кредитування вітчизняним банкам бракує вільних ресурсів і ефективних, самоокупних бізнес-програм.

У процесі розвитку ринкових відносин виник попит на нові банківські послуги. Це поставило банки України перед необхідністю інтенсивного їх упровадження. З огляду на це у вітчизняних банківських установах було б доцільно запровадити такий вид ощадних вкладів, як депозитні рахунки грошового ринку. Вони особливо перспективні в умовах високих темпів інфляції, коли ставка депозитного відсотка, як правило, є плаваючою і змінюється залежно від співвідношення попиту й пропозиції на фінансовому ринку.

Серед випробуваних за кордоном, але досі широко не застосовуваних в Україні, форм акумулювання коштів населення є залучення банками різдвяних, відпускних, податкових та інших строкових вкладів, які пропонуються клієнтам регулярно з метою накопичення коштів, достатніх для оплати видатків на різдвяні свята чи на відпустки. Для банків такі методи мобілізації бажані тим, що вони сприяють зростанню депозитів та стимулюють ощадливість вкладників.

Останнім часом у країнах Заходу клієнти банків одержали змогу користуватися так званими *pow*-рахунками. Ці рахунки об'єднали в собі принципи зберігання і використання строкових вкладів та вкладів до запитання: як тільки сума залишку на рахунку перевищує якусь величину, на неї починають нараховувати проценти. Для клієнтів *pow*-рахунки вигідні тим, що, як і вклади до запитання, дають змогу проводити розрахунки за допомогою документа, який має силу засобу платежу, а головне, як і строкові вклади, дають право отримувати відповідний дохід. Окрім того, приватна особа може отримувати кредит обсягом до 50% залишку на вкладі. Для банку *pow*-рахунки привабливі тим, що кошти на них зберігаються протягом точно визначеного часу і тому можуть бути використані для довгострокових укладень.

Ще одним перспективним засобом залучення заощаджень населення в банківські вклади є *supernow*-рахунки, на які

нараховується дохід за плаваючою ставкою. За таким вкладом дозволяється виписувати необмежену кількість чеків, застав з процентною ставкою, отримувати позики під заставу нерухомості. Українським банкам доцільно було б також залучати заощадження в депозити, що дало б змогу поєднати риси строкового вкладу та вкладу до запитання, тобто отримувати прибуток і щомісячно користуватися нарахованими процентами. Вклад *supernow*-рахунка умовно складається з двох частин: витратно-прибуткової та строково-накопичувальної. Первісно нагромаджена сума витратно-прибуткової частини вкладу через певний термін автоматично переводиться у строково-накопичувальну, після чого на неї нараховуються проценти, які відразу ж повертаються у витратно-прибуткову частину вкладу. Клієнт має право в будь-який час повністю або частково вилучати нараховані за процентами кошти, а також додати на рахунок будь-яку суму.

Нині дедалі більше банків західних країн переходять до комплексного обслуговування клієнтів. Банки виконують повне обслуговування клієнтів: розрахункове, касове, кредитне, здійснюють розрахунок та виплату податків, консультують населення з питання інвестування, надають сейфи для зберігання цінних паперів та коштовностей, проводять трастові операції тощо.

Одним з важливих засобів збільшення заощаджень населення, що акумулюються банками, є надання різноманітних додаткових послуг, що мають попит у приватних осіб. Здебільшого ці послуги мають трастовий характер та поділяються на три групи:

- розпорядження майном клієнтів за заповітом;
- управління майном клієнта за спеціальною угодою;
- агентські послуги.

У практиці українських банків усі ці операції виконуються не так уже й часто. Отже, щоб активізувати залучення заощаджень населення України до активного господарського обороту, необхідно:

- упроваджувати нові види банківських вкладів, зручних для громадян;
- активніше залучати кошти громадян України в іноземній валюті. Доцільно вітчизняним фінансово-кредитним установам відкривати рахунки для іноземних громадян;
- прискорити впровадження державної програми цілісної автоматизованої системи безготівкових розрахунків;

- розширити спектр додаткових послуг, які надаються банківськими установами приватним особам;
- покращити якість та кількість банківських послуг;
- формувати портфель клієнтів за допомогою використання моделей установами процентних ставок, які були розглянуті в першому розділі;
- аналізувати кон'юнктуру ринку банківських ресурсів у взаємозв'язку з чинниками внутрішнього і зовнішнього середовища.

Розроблення та впровадження системи маркетингу банківських продуктів

Важливим моментом у процесі залучення коштів на банківські рахунки є виділення основних чинників, що стимулюють клієнтів до збереження ресурсів саме в цьому банку. Проведене в різних країнах дослідження мотивів вибору банку клієнтами показує, що на перше місце вони ставлять кількість і якість банківських послуг, що надаються, потім ціну таких послуг у даному банку та в інших фінансово-кредитних інститутах, швидкість проведення операцій.

Виходячи із зазначеного можна вважати, що фінансову стратегію комерційного банку слід спрямовувати на мотивацію окремих сегментів ринку.

Сучасна банківська практика свідчить про те, що є реальна можливість удосконалити структуру залучених коштів та підвищити успіх банку завдяки впровадженню банком маркетингових програм:

- ретельний облік потреб клієнтів, стану і динаміки попиту ринкових тенденцій і кон'юнктури при прийманні господарських рішень;

- створення умов для максимального пристосування банківських продуктів і послуг до вимог ринку, до структури та характеру попиту;

- активний вплив на потенційного клієнта за допомогою реклами і заходів стимулювання збуту;

- забезпечення прибутковості діяльності шляхом розроблення нових продуктів і послуг;

- постійна націленість на мінімальні витрати.

Для досягнення поставленої мети банк зобов'язаний використовувати у своїй діяльності комплекс маркетингових інструментів:

1) робота з продуктами (вивчення погляду клієнтів на існуючі банківські продукти і послуги, модернізація старих продуктів або створення нових продуктів, їх пакетування при збуті клієнту, організація якісного обслуговування клієнтів);

2) цінова політика (гнучкість цінової політики та її зрозумілість для клієнтів, заохочення клієнтів шляхом надання знижок, бонусів для клієнтів);

3) система збуту банківських послуг і продуктів (розміщення мережі збуту банку, чисельність філій, створення оптимальної системи управління, мотивація персоналу, кількість службовців філій, укладання договорів на спільний збут послуг);

4) маркетингова комунікація (реклама, робота з громадськістю, система особистого продажу, прямий маркетинг);

5) система допоміжних інструментів (економіко-математичні моделі, метод ділових ігор, імітаційні моделі).

Для вдалого вирішення питань щодо збільшення обсягів залучення ресурсів, притягнення більшої кількості вигідних клієнтів пропонується менеджерам банку гнучке використання моделей установлення процентних ставок за депозитами.

О.В. Дзюблюк

Тернопільська академія народного господарства,
м. Тернопіль

УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕПОЗИТНИХ ОПЕРАЦІЙ БАНКІВ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА СТИМУЛЮВАННЯ ЗАОЩАДЖЕНЬ НАСЕЛЕННЯ

Грошові заощадження населення в умовах ринкових відносин є одним з найважливіших джерел інвестицій та збільшення капіталу підприємств реального сектора, що визначає провідну роль банківської системи країни у справі залучення в господарський оборот додаткових коштів, а відтак у подоланні рецесії та стимулюванні економічного зростання.

Фінансова стабілізація й перехід економічної системи у фазу зростання об'єктивно визначають вичерпання можливостей використання інфляційних чинників для забезпечення прибуткової діяльності комерційних банків. Дані обставини зумовлюють загострення конкуренції на ринку банківських послуг та висувають на перший план проблему якості того продукту, що пропонується банками своїм клієнтам. Насамперед